

Pinto-Coelho, Z. & Fidalgo, J. (eds) (2013)

Comunicação e Cultura: II Jornada de Doutorandos em Ciências da Comunicação e Estudos Culturais

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho · ISBN 978-989-8600-19-6

pp. 36 -49

Dificuldades e estratégias investigativas: o estudo da utilização da Internet pelos idosos

Difficulties and investigative strategies: the study of Internet use by seniors

MAFALDA OLIVEIRA¹ & JEAN-MARTIN RABOT²

Resumo

Como estudar a relação dos idosos com a Internet? Que cuidados ter com este grupo? Estas são algumas questões que surgiram na elaboração da nossa Tese de Doutoramento ("A utilização da Internet pelos idosos: Usos e Gratificações"), em curso. Dado o aumento do envelhecimento demográfico e do uso da Internet, consideramos relevante perceber como pode a Internet contribuir para um envelhecimento bem-sucedido. No entanto, durante a investigação, deparamo-nos com alguns obstáculos: as especificidades deste grupo social e as dificuldades decorridas das opções teórico-metodológicas. Assim, mostraremos como desenvolver uma investigação neste contexto, analisando o grupo dos idosos; explicitando a perspetiva dos «usos e gratificações»; e propondo uma metodologia (mixed methods research). Como produto final, elaboramos um conjunto de cuidados a aplicar na investigação: por parte do investigador; na construção e aplicação do inquérito (online) e das entrevistas; e com o grupo-alvo: os idosos.

Palavras-chave: Dificuldades/Cuidados Investigativos; internet; idosos; usos e gratificações; mixed methods research

Abstract

How to study the relationship between of the elderly with the Internet? What precautions have with this group? These are some issues that arose in the development of our PhD thesis ("The use of the Internet by the elderly: Uses and Gratifications"), ongoing. Because the aging population and use of the Internet increased, we consider important to understand how the Internet can contribute to successful aging. However, during the investigation, we faced some obstacles: the specifics of this social group and the difficulties of theoretical-methodological options. Thus, we show how to develop a research in this context, analyzing the group of the elderly; explaining the perspective of the 'uses and gratifications', and proposing a methodology (mixed methods research). As a final product, we developed a set of care to be applied in research: by the researcher; in the construction and implementation of the survey (online) and interviews; and with the target group: the elderly.

Keywords: Difficulties/Investigative care; internet; elderly; uses and gratifications; mixed methods research

¹ Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho / mafaldasilvoliveira@gmail.com

² Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho / jmrobot@ics.uminho.pt

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, temos assistido a um envelhecimento demográfico bastante acentuado em Portugal, bem como numa grande parte dos países do mundo. A par desta situação, constatamos que os idosos, no sentido de combater as consequências do envelhecimento, quer biológico, psicológico e social, têm vindo a adotar novos estilos de vida, com o intuito de terem um envelhecimento mais ativo e saudável. Uma das estratégias a que os idosos têm recorrido é a utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). Temos efetivamente assistido a um aumento do número idosos que utilizam a Internet para colmatar alguns dos seus problemas mais correntes: a falta de mobilidade, que leva a que se criem casos de isolamento social; a dificuldade em ocupar ativamente o demasiado tempo livre que têm; a diminuição da atividade mental, entre outros aspetos. O recurso a este meio permite ao idoso manter contacto com os seus familiares e amigos, partilhar informação, manter-se constantemente informado sobre a atualidade e sobre o próprio processo de envelhecimento, bem como manter um elevado grau de independência (Dias, 2012; Pasqualotti *et al.*, 2007; Machado & Souza, 2006; Martinez-Pecino *et al.*, 2011).

Perante estes desenvolvimentos, percebemos que seria pertinente, no seio de uma investigação em Ciências da Comunicação, compreender quais *os usos e as gratificações* (Katz, Blumler & Gurevitch, 1973) que os idosos retiram na utilização da Internet, bem como de que forma este uso pode influenciar, positiva e/ou negativamente, o processo de envelhecimento. No entanto, dada a diversidade deste grupo social e o número ainda diminuto do subgrupo que utiliza as TIC, especificamente a Internet, ao desenvolvermos a nossa tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, em curso, intitulada *A Utilização da Internet pelos Idosos: Usos e Gratificações*, fomos confrontados com algumas questões sem resposta: como estudar a relação dos idosos com a Internet?; Quais os cuidados a ter na investigação com este público-alvo?; Como contornar algumas barreiras investigativas? Com efeito, surgiram-nos algumas dificuldades relacionadas com as características específicas do grupo social em estudo (como por exemplo, as dificuldades de visão, de manuseamento do computador, entre outras) e com dificuldades decorridas das opções teórico-metodológicas (o facto de optarmos pelo inquérito por questionário *online* para utilizadores da Internet e inquérito por questionário em papel para não-utilizadores, bem como pela opção de recorrer às entrevistas semiestruturadas).

No sentido de evitar algumas fragilidades, limitações e até enviesamentos durante o processo de investigação, consideramos que seria crucial apresentar algumas soluções para os minimizar. Para tal, desenvolvemos um conjunto de cuidados que consideramos pertinentes de aplicar durante toda a nossa investigação: cuidados gerais por parte do investigador; cuidados na construção e aplicação do inquérito por questionário (*online*); cuidados específicos com o público-alvo: os idosos; e, por último, cuidados na construção e na aplicação das entrevistas semiestruturadas.

Por tudo isso, neste artigo, tencionamos mostrar como desenvolver uma investigação sobre a relação entre os idosos e a Internet, a partir da perspectiva dos *usos e gratificações*, explicando como eliminar e desmistificar algumas barreiras. Para que tal seja alcançado, iremos expor os pressupostos da perspectiva dos *usos e gratificações*, analisar as características dos idosos e do processo de envelhecimento, apresentar uma proposta metodológica que nos parece adequada para o estudo em questão – *mixed methods research* e, por fim, enunciaremos um conjunto de cuidados específicos para o desenvolvimento de uma investigação deste cariz.

2. CARACTERÍSTICAS DOS IDOSOS E DA PERSPETIVA DOS USOS E GRATIFICAÇÕES

Para evitar e contornar alguns dos obstáculos durante o processo de investigação, será importante começar por definir a(s) teoria(s) associadas à temática, bem como o grupo-alvo em estudo. Assim sendo, iniciaremos este artigo por explicitar os pressupostos da perspectiva dos *usos e gratificações* e as características específicas dos idosos.

2.1 A PERSPETIVA DOS USOS E GRATIFICAÇÕES

Os anos compreendidos entre 1900 e 1930 foram marcados por grandes processos de industrialização e de urbanização. Estes mesmos processos levaram a que os seres humanos obedecessem a automatismos comportamentais, e fizeram com que a informação transmitida pelos meios de comunicação fosse absorvida de forma incessante pelo público. Os *media* tinham um poder de influência social incontestável (Polistchuk & Trinta, 2003: 83). Os *media* eram então o meio mais eficaz para comunicar algo a esta massa amorfa que “absorvia” toda a informação transmitida. O poder dos *media* era tido como avassalador e direto, e os seus efeitos indiscretos atingiam todos os recetores de forma indiscriminada (Polistchuk & Trinta, 2003: 84).

De facto, a teoria funcionalista considerava que os *media* provocavam efeitos diretos nas audiências, em que a um estímulo enviado pelos *media*, correspondia uma determinada reação. Contudo, autores como Elihu Katz, Jay G. Blumer e Michael Gurevitch contestaram esta mesma ideia. Afirmavam sim que a relação direta não seria tão linear, dado que as audiências, com base nos seus valores, experiências e contextos sociais em que se inserem, é que recorrem aos *media* no sentido de obterem as satisfações que respondam às suas necessidades emotivas, intelectuais, sociais e outras (Wolf, 2006: 71). Assim surgiu a perspectiva dos *usos e gratificações*. Esta corrente foi defendida por autores que desconsideram que se deve olhar a comunicação dos *media* como uma injeção de informação nas audiências, mas que se deve tentar responder à questão: “*porque é que as pessoas usam os média e para que é que os usam?*” (McQuail, 2003: 393). Segundo esta corrente, as audiências são encaradas como sendo “*um conjunto mais ou menos ativo e motivado de consumidores dos media, «encarregues» da sua própria experiência mediática, mais do que como «vítimas» passivas*” (McQuail, 2003: 370-371). Assim, os pressupostos iniciais desta

perspetiva são: i) os membros das audiências escolhem os *media* e os seus conteúdos em função das suas necessidades pessoais; ii) há consciência por parte dos indivíduos de que existem necessidades, quer pessoais, quer sociais, em relação aos *media*; iii) a possibilidade da maioria dos fatores importantes para a formação de audiências poderem ser medidos (McQuail, 2003: 393-394).

Segundo Katz, este modelo teórico veio mostrar que “*normalmente, mesmo a mensagem do mais potente dos mass média não pode influenciar um indivíduo que não faça uso dela no contexto sociopsicológico em que vive*” (Katz, 1959: 2, cit. por Wolf, 2006: 71). Para além disso, o processo de seleção dos *media* encontra-se relacionado com as “(1) *origens sociais e psicológicas* (2) *das necessidades* (3) *que geram expectativas* (4) *sobre os meios de comunicação de massas ou outras fontes* (5) *que, por sua vez, levam a uma exposição diferencial (ou envolvimento noutras actividades)* (6) *de que resulta uma necessidade de gratificação e* (7) *outras consequências*” (Katz et al., 1974: 20, cit. por McQuail, 2003: 394).

Assim, tendo em conta que esta perspetiva tem como principais objetivos conhecer as motivações que levam ao consumo ou que fazem com que as audiências escolham um ou outro *media*, tentando compreender de que forma é que as mesmas usam os *media* para satisfazer as suas necessidades e expectativas (Pinto, 2000: 105), consideramos que seria uma das perspetivas mais adequadas para o nosso estudo em questão. Outro fator que nos levou a considerar esta corrente como sendo a mais indicada é que esta apresenta-nos escalas de classificações das necessidades e das motivações. Assim, relativamente às primeiras, a classificação que consideramos mais adequada, para aplicar na nossa investigação, foi apresentada por Katz, Gurevitch e Hass (1973, cit. por Wolf, 2006: 72-73), e distingue cinco tipos de necessidades que os *media* procuram satisfazer: necessidades cognitivas; necessidades afetivas e estéticas; necessidades de integração ao nível da personalidade; necessidades de integração a nível social; e, por fim, necessidades de evasão. No que concerne à classificação das motivações, salientamos a classificação de McQuail que se caracteriza por incluir: a diversão; as relações pessoais; a identidade pessoal; e a vigilância, como forma de procura de informação (McQuail et al., 1972, cit. por McQuail, 2003: 394). No entanto, esta classificação parece-nos um pouco incompleta, principalmente no que diz respeito aos novos *media*, uma vez que não exprime o sentimento de partilha de emoções, o desejo de estar juntos, bastante presente na Internet. Ao analisarmos o uso da Internet pelos idosos, verificamos que estes, para além de terem expectativas de se informar, têm igualmente o desejo de contactar amigos e familiares, de “*participar no mundo*” (Pasqualotti, et. al, 2007). Assim sendo, para esta investigação, consideramos relevante acrescentar uma categoria que descreve-se o sentimento de partilha.

Esta tentativa de classificar e avaliar as motivações dos indivíduos na seleção dos *media* é deveras complexa. Com efeito, se solicitarmos aos indivíduos para exporem as suas necessidades segundo uma ordem de importância e se os questionarmos em que medida um determinado meio de comunicação lhe satisfaz determinada

necessidade, será certo que o indivíduo irá criar estereótipos relativamente às suas satisfações e que poderão não ir ao encontro do que realmente consomem (Rosengren, 1974: 281, cit. por Wolf, 2006: 78). No entanto, para evitar este possível enviesamento, consideramos importante associar variáveis mais determinantes, como o consumo que fazem do meio, os contextos sociais em que se inserem, a estratificação dos públicos, entre outros aspetos (Wolf, 2006: 78-79).

2.2 O QUE É SER VELHO? QUAL A IDADE QUE MARCA A PASSAGEM PARA A VELHICE?

Com o aumento exponencial do envelhecimento demográfico na sociedade portuguesa, e no mundo, é importante refletir sobre o processo de envelhecimento e sobre o próprio conceito de idoso. Segundo Manuel Villaverde Cabral, por lei aos 70 anos somos obrigados a reformarmo-nos, o que não implica que nos sintamos velhos (Jornal Público, 2009: 4). Esta questão leva-nos a ponderar sobre a idade com que se é considerado idoso, e o certo é que uma grande parte dos cientistas sociais que debatem esta questão defendem que não há uma idade certa para se ser considerado idoso (Jornal Público, 2009; Paúl & Fonseca, 2001; Levet, 1998). Apesar do processo de envelhecimento ser contínuo, a perceção de que este período está em curso de forma mais acentuada inicia quando se começam a sentir mudanças psicológicas, físicas e sociais. No entanto, a Organização Mundial de Saúde, definiu as diferentes fases do envelhecimento: *“idade média de 45 a 59 anos; idade madura dos 60 aos 70 anos; idade avançada dos 70 aos 89 anos; grande idade a partir de 89 anos”* (Levet, 1998: 27). Ou seja, para a Organização Mundial de Saúde, os 60 anos é o limiar que define a passagem para a velhice. Contudo, no nosso ver, esta definição deveria ser revista pelas grandes organizações mundiais, dado que a esperança média de vida tem aumentado significativamente em Portugal (INE, 2012b: 23) e numa grande parte dos países do mundo, o que faz com que uma pessoa que tenha 60 anos não seja encarada como velha. Com efeito, o conceito de idoso varia de sociedade para sociedade e tem variado ao longo dos tempos.

Independentemente da idade, o grupo social dos idosos é um grupo bastante heterogéneo (Levet, 1998: 28), mas, ainda assim, é possível atribuir-lhe algumas características. De facto, para a definição de um conceito complexo como é o de *idoso* é fundamental considerar, pelo menos, três grandes componentes (Schroots e Birren, 1980 cit. por Paúl & Fonseca, 2001: 111): a biológica, a psicológica e a social. No que diz respeito ao envelhecimento biológico, este é caracterizado pela diminuição da vitalidade e pelo surgimento de algumas limitações ao nível da saúde, como a redução das capacidades visuais, da audição, da locomoção, entre outras. Relativamente ao envelhecimento psicológico, surgem falhas de memória, a capacidade de refletir torna-se mais lenta, entre outros aspetos (Levet, 1998: 28-34). No entanto, a maior parte das investigações em torno do envelhecimento intelectual afirmam que enquanto o cérebro for estimulado, as suas capacidades não tendem a diminuir (Levet, 1998: 28-34), por isso mesmo é que as iniciativas em torno

de um envelhecimento ativo têm aumentado de forma considerável. A nível social, salientam-se algumas tendências: pelo facto de deixarem a sua atividade profissional, os idosos começam a apresentar alguns sentimentos de inutilidade perante a sociedade; dada a diminuição da capacidade de mobilização, o contacto social tende a diminuir, criando muitas vezes situações de isolamento social e de depressão extremas; entre outras. Estes são alguns dos fatores que nos incentivam a mostrar a utilidade da Internet na melhoria da qualidade de vida da população idosa, tentando assim evitar situações de isolamento social, de exclusão social, e outras.

No entanto, temos a noção de que os declínios que ocorrem durante o processo de envelhecimento são um entrave para a utilização de computadores e da Internet (Lara, 2012; Machado & Souza, 2006; Verona *et al.*, 2006). Perante isto, consideramos importante conhecer quais as dificuldades mais prementes que os idosos apresentam na utilização da Internet para que estas não criem obstáculos investigativos durante a nossa investigação. Com efeito, Silvana Lara (2012) na sua tese de doutoramento intitulada *Mecanismos de apoio para usabilidade e acessibilidade na interação de adultos mais velhos na Web*, identificou as principais dificuldades apresentadas pelos idosos na utilização do computador e da Internet: *i)* dificuldade de leitura e compreensão de textos, *ii)* dificuldade de reconhecimento e acesso aos *links*, *iii)* dificuldade de navegação, *iv)* dificuldade na realização de tarefas específicas, *v)* dificuldade na realização de compras *online*, *vi)* dificuldade na busca e localização da informação, e *vii)* dificuldade na comunicação com os responsáveis pelo *site* (Lara, 2012: 202). Assim, mais adiante, apresentaremos algumas soluções para contornar estas dificuldades, para que não condicionem a investigação em curso.

3. A PROPOSTA METODOLÓGICA

Após termos definido o grupo-alvo em estudo, delimitarmos os pressupostos da perspetiva de Comunicação utilizada, apresentaremos agora uma proposta metodológica que nos parece ser a mais adequada para a investigação em causa.

Tendo em consideração que o número de idosos que utiliza a Internet é ainda um pouco escasso, ao querer avaliar os usos que dão a este meio e as gratificações que dela retiram, consideramos que seria crucial o uso de uma metodologia de cariz qualitativo. No entanto, e porque procuramos conhecer o perfil dos seniores, pensamos que seria importante aliar igualmente uma metodologia de cariz quantitativo. Ou seja, enquanto a metodologia qualitativa valoriza “*a análise de micro-processos, através do estudo das acções sociais (...) realizando um exame intensivo dos dados, tanto em amplitude quanto em profundidade*” (Martins, 2004: 292), a metodologia quantitativa privilegia um conjunto de métodos que tem como principal objetivo a mensuração de fenómenos sociais (Pité, 1997: 93). Se, por um lado, consideramos uma mais-valia a utilização de dados qualitativos, recolhendo testemunhos diretos de utilizadores da Internet, consideramos igualmente relevante a existência de dados numéricos que sustentem o facto social em estudo.

Como tal, consideramos que a opção mais adequada seria recorrer à *mixed methods research*, ou seja, à investigação por métodos mistos. Este tipo de metodologia usa abordagens qualitativas e quantitativas na determinação tanto das questões de investigação, nos métodos, nas recolhas de dados, como nos modos de análise de dados ou nas inferências (Johnson, 2007).

3.1 MIXED METHODS RESEARCH

Com efeito, muitos são os autores que consideram que entrou em desuso optar somente por uma metodologia quantitativa ou só qualitativa (Schwandt, 2000, cit. por Johnson, 2007), pois consideram que a sustentação em apenas um paradigma de investigação pode ser limitativa (Tashakkori & Teddlie, 2003).

Tal como afirma Greene (2006, cit. por Johnson, 2007), também nós consideramos que este tipo de investigação deve ser encarado de forma abrangente, ou seja, há autores que falam somente em *métodos mistos*, enquanto outros optam por mencionar a investigação em geral, a *investigação mista*. O facto de não reduzir o conceito somente aos métodos mistos, permite que se aplique tanto aos métodos como às técnicas de recolha de dados (Johnson, 2007).

Consideramos que, ao recorrer a este tipo de metodologia, estamos a evitar confrontar-nos com limitações de ambas as metodologias, percebendo que ambas se complementam. Ainda que a utilização desta metodologia apresente desvantagens, como os custos, o tempo necessário, bem como a experiência do investigador, acreditamos que as suas vantagens compensam-nas.

3.2 TÉCNICAS A UTILIZAR

No que concerne às técnicas de recolha de dados, optamos por recorrer ao inquérito por questionário *online* e em papel (sendo que o primeiro é direccionado para idosos utilizadores da Internet e o segundo para idosos não-utilizadores), bem como às entrevistas semiestruturadas.

O primeiro inquérito é constituído por cinco partes: i) a *Identificação Pessoal* com questões sobre a identificação do inquirido, mas anónima; ii) *O uso da Internet*, é constituída por perguntas sobre a frequência do uso, as razões, onde acede à Internet e por que meios, entre outras; iii) *Eu e a Internet*, que congrega questões sobre as preferências *online*, as reações e atitudes tidas logo após o acesso à Internet; iv) *A minha qualidade de vida*, onde exploramos algumas questões diretamente relacionadas com a qualidade de vida do inquirido; e, por fim, v) Uma última página onde questionamos se teve a ajuda de alguém na resposta ao inquérito e se estará disponível para uma entrevista futura, com o intuito de aprofundar alguns pontos abordados no inquérito. Em relação ao inquérito a aplicar a idosos não-utilizadores da Internet, pretendemos desenvolver questões, maioritariamente, relacionadas com as representações sociais sobre a Internet, bem como sobre a sua qualidade de vida,

de forma a podermos comparar ambos os grupos. Optamos por recorrer aos inquéritos por questionário, na medida em que nos possibilita obter mais rapidamente um maior número de respostas, com um custo aceitável.

Após a aplicação dos inquéritos, tencionamos recorrer à entrevista que será apresentada sob a forma de semiestruturada, na medida em que permite aos entrevistados discorrer sobre o assunto de uma forma livre, usando as ideias, referências e o seu próprio vocabulário (Ghiglione & Matalon, 1993: 97), ainda que o entrevistador siga uma lista de questões ou de tópicos, e possibilita que o entrevistador interpele o entrevistado sempre que considerar pertinente.

Para a selecionar os indivíduos para a investigação em causa, recorreremos a técnicas de amostragem intencional e sob a forma de bola de neve. A amostragem intencional, caracteriza-se por ser o investigador a selecionar deliberadamente os elementos que farão parte da amostra, considerando que esta será representativa da população total (Vicente, *et al.*, 2001: 71-72). Para além disso, utilizaremos a amostragem por bola de neve, pois solicitaremos endereços eletrónicos de utilizadores através de indivíduos já inquiridos. Por fim, recorreremos ainda à amostragem por quotas na altura de aplicar os inquéritos por questionários em papel, no sentido de ter uma amostra com características semelhantes à qual foram aplicados os inquéritos por questionário *online*. No que diz respeito aos critérios de seleção de elementos da amostra, e apesar de a maior parte das investigações considerarem o idoso a partir dos 65 anos, atual idade da reforma, teremos em conta indivíduos a partir dos 60 anos, pois é a idade definida pela Organização Mundial de Saúde como início da “*idade madura*” (Levet, 1998: 27).

Assim, e tendo conta que o *e-mail* é um dos meios mais utilizados na Internet para a comunicação pelos idosos (Machado & Souza, 2006; Dickenson & Hill, 2007), optamos precisamente por este meio para divulgar o *link* onde poderão responder ao inquérito *online*. Para além disso, e porque logo de seguida vêm as redes sociais como o meio mais utilizado para comunicação, recorreremos à rede social mais utilizada pela população portuguesa, o *Facebook* (Cardoso & Espanha, 2012), para entrarmos em contacto com pessoas com mais de 60 anos e por aí disponibilizarmos o *link* do mesmo. Ainda neste sentido, entraremos em contacto com diferentes instituições sociais (lares, universidades de terceira idade, associações que contribuam para a ocupação dos tempos livres dos idosos, ou que disponibilizem formações, *workshops*, ou somente espaços com o acesso à Internet), no sentido de também estes divulgarem o nosso inquérito *online*.

4. PRECAUÇÕES METODOLÓGICAS

Um dos principais objetivos que estabelecemos para este artigo é que apresentaríamos como produto final um conjunto cuidados específicos para o desenvolvimento de uma investigação deste cariz. Assim, nesta última parte do artigo tentaremos, em modo de conclusão, alertar para alguns cuidados necessários a ter

aquando de uma investigação deste tipo e com estas características. Para tal, desenvolveremos quatro tipos de cuidados: i) Cuidados gerais por parte do investigador; ii) Cuidados na construção e aplicação do inquérito (online); iii) Cuidados específicos com o grupo-alvo: os idosos; e, por último, iv) Cuidados na construção e aplicação das entrevistas semiestruturadas.

4.1 CUIDADOS GERAIS POR PARTE DO INVESTIGADOR

Durante a aplicação das técnicas de investigação e mesmo durante a recolha de bibliografia, o investigador pode não conseguir desprender-se totalmente dos seus valores, dos seus ideais e das suas referências normativas, o que poderá condicionar as opções investigativas. Dado que esta situação ocorre principalmente quando há um maior contacto entre o investigador e o objeto estudado (Martins, 2004: 294), é crucial que o investigador tente ser o máximo neutro e objetivo. Ou seja, o investigador durante todo o processo de investigação deverá ter sempre em conta, indubitavelmente, as regras do método científico das ciências sociais, de onde destacamos a objetividade, a qual pode ser definida pela: *“independência do processo (...) equacionada no âmbito dos pressupostos, ideologias, postulados, orientações teóricas e outros apriorismos do investigador”* (Van der Maren, 1987, cit. por Lessard-Hébert, Goyette, & Boutin, 1994: 67).

4.2 CUIDADOS NA CONSTRUÇÃO E APLICAÇÃO DO INQUÉRITO (ONLINE)

No que concerne à construção do inquérito, este é normalmente constituído por diferentes tipos de questões: questões abertas, onde o inquirido responde o que quiser; questões fechadas, em que o inquirido tem de optar por uma das respostas apresentadas no inquérito, como o caso das questões de escolha múltipla; questões de avaliação, que têm como objetivo conhecer a intensidade das opções (*“muito”, “pouco”, “nada”*); e ainda, as questões de cenário, onde se coloca o inquirido a imaginar situações e este terá de responder mediante a situação (Ghiglione & Matalon, 1993). Na hora de optar pelo tipo de questão mais adequada é crucial ter sempre em atenção o âmbito do questionário; o público-alvo; o objetivo, a formulação e a apresentação da questão.

Relativamente à aplicação dos inquéritos, e pensando no formato em papel, é relevante que se tenha em causa que o inquirido deverá saber ler e escrever, e que compreenda as questões. Caso contrário, terá de ser o inquiridor a ler e a anotar as respostas. Para além disto, e tentando resguardar o anonimato e confidencialidade dos inquiridos, é relevante que, na apresentação do inquérito, seja dada a indicação de que tal será tido em conta. A par disso, deverá ser apresentado e assinado o consentimento informado, explorado mais adiante.

Um aspeto importante e que contribui para a avaliação do inquérito, é a realização do pré-teste a uma amostra pequena, permitindo ao inquiridor corrigir algumas falhas, que o inquérito possa eventualmente ter, antes da aplicação do inquérito final.

4.3 CUIDADOS ESPECÍFICOS COM O GRUPO-ALVO: OS IDOSOS

Quando pensamos na construção de uma técnica de recolha de dados é crucial pensar no seu público-alvo. No entanto, quando pensamos na aplicação de um inquérito a pessoas com idade igual ou superior a 60 anos, devemos ter ainda mais em consideração os requisitos que este público acarreta. Como sabemos, com o passar dos anos, há uma tendência para a diminuição de algumas funções cognitivas dos idosos. Algumas das debilidades que vão surgindo podem ser um impeditivo para o exercício de todas as atividades pretendidas. No caso da utilização das tecnologias digitais, como a Internet, são vários os estudos que demonstram que os problemas de saúde condicionam o uso eficiente do computador, onde se evidenciam os problemas associados à visão e à memória (Verona *et al.*, 2006; Lara, 2012). Estes condicionantes podem afetar, por exemplo, o facto de muitas vezes se esquecerem dos *sítes* que já visitaram, a forma como lá chegaram, bem como o uso em movimentos precisos, como é o caso do uso do *scroll* (Meyer *et al.*, 1997).

No caso específico da nossa investigação, recorremos a algumas estratégias para colmatar algumas destas dificuldades:

1. Apesar da taxa de analfabetismo ter recuado cerca de 3,8%, desde 2001 até 2011, com 9% e 5,2% respetivamente (INE, 2012a: 17), a população idosa portuguesa caracteriza-se ainda por possuir um baixo nível de escolaridade. Como tal, tivemos o cuidado de utilizar uma linguagem acessível no que concerne às questões apresentadas ao longo de todo o inquérito por questionário.
2. Tivemos alguns cuidados específicos no que diz respeito à forma como nos dirigimos ao público, ou seja, não os tratamos como pessoas inválidas, nem como incapazes, o que muitas vezes acontece pela sociedade em geral (*idadismo*).
3. Dadas algumas dificuldades visuais provocadas pelo próprio processo de envelhecimento, que podem tornar a leitura de um texto num computador uma tarefa difícil (Lara, 2012: 74; Verona *et al.*, 2006), tentamos que o próprio inquérito fosse bem legível.

Para tal, e tendo em conta que o inquérito é realizado *online*:

- Optamos por um *template* básico, no sentido de não atrapalhar a leitura e o manuseamento do mesmo;
 - Evitamos a utilização de animações ou outro tipo de imagens que pudessem distrair os inquiridos e que exigissem muito das capacidades cognitivas;
 - Usamos um tipo de letra e tamanho adequados para a fácil leitura;
 - E tentamos produzir um contraste entre a cor de fundo e a cor do texto.
4. Tendo em consideração algumas debilidades cognitivas que caracterizam este público, como a falta de memória (Neri, 2005 cit. por Lara, 2012), evitamos questões que exigissem uma memorização de questões apresentadas anteriormente, de forma a não criar sentimentos de desgaste ou mesmo de ansiedade. Quando era necessário criar uma ligação entre uma questão e

- outra, o que foi evitado, criamos um “lembrete” que pudesse levar o inquirido a percorrer essa ligação de forma mais facilitada.
5. Para uma fácil navegação entre as páginas no inquérito, optamos igualmente por um *template* em que o botão de mudar página fosse bem acessível e visível.
 6. Para não misturar temáticas, optamos por subdividir o inquérito para que o inquirido fosse centrando o seu pensamento em determinados temas.
 7. Considerando que o primeiro contacto com os inquiridos é muito importante, tencionamos, enviar um *e-mail* ou mensagem na rede social, explicando os objetivos do estudo, para que quebre um pouco a resistência que os idosos têm no que diz respeito a algo diferente que surge no seu ambiente virtual.
 8. Por fim, acrescentamos um último espaço no inquérito, onde permitimos ao inquirido colocar questões sobre o que bem entender, seja sobre o inquérito, sobre a temática da investigação ou outro assunto que o intrigue.

4.4 CUIDADOS NA CONSTRUÇÃO E APLICAÇÃO DAS ENTREVISTAS (SEMIESTRUTURADAS)

Relativamente à aplicação da entrevista, consideramos que um dos aspetos mais importantes a ter em conta é a criação de um consentimento informado, isto é, um documento onde o entrevistado declara que a informação cedida durante a entrevista poderá ser utilizada para a investigação, e que poderá desistir a qualquer momento da entrevista, sendo assim um documento que salvaguarda tanto o entrevistado como o entrevistador. O mesmo pode e deve ser aplicado na técnica do inquérito por questionário.

Para além deste aspeto mais técnico, durante todo o processo, desde a elaboração até à análise dos dados recolhidos da entrevista, é importante ter em consideração os seguintes fatores (Silva, 2002: 125-126):

1. A situação da entrevista, ou seja, o ambiente em que ocorre a entrevista pode afetar as respostas do entrevistado;
2. As características do entrevistado, sejam elas intelectuais, motivacionais e outras;
3. As características do entrevistador, como o aspeto físico, o quadro de referência, entre outros;
4. A relação entre o entrevistador e o entrevistado, como por exemplo a falta de confiança ou a confiança excessiva podem condicionar o desenrolar da entrevista;
5. A linguagem, que deve estar à “altura” do entrevistado, deve ser conforme as expectativas do entrevistado.

De uma forma geral, todo o entrevistador deve procurar incessantemente a objetividade, no entanto, tanto por fatores inerentes ao entrevistador como ao entrevistado, é inevitável que surjam “contaminações indesejáveis” (Haguette, 2000: 87). Por exemplo, no que diz respeito às respostas dos entrevistados, será necessário

ter cuidado: com a tentativa de agradar o investigador; com o pensamento de que com as suas respostas poderá melhorar a sua situação; bem como, com a quebra de espontaneidade com a presença de alguém ocasionalmente pode inibir o entrevistador (Haguette, 2000: 89). Para minorar algumas destas contaminações, o investigador, durante a entrevista, deve evitar questões “*duplas, induzidas, ambíguas, incompreensíveis para a população estudada, indiscretas, etc.*” (Haguette, 2000: 87).

Para além disto e porque temos consciência de que a aplicação da entrevista poderá ser uma situação nova para os idosos a estudar, procuraremos que o entrevistado se sinta calmo e ambientado à situação, bem como tentaremos não exercer qualquer tipo de atitude mais autoritária ou formal excessiva, para que não se sinta subjugado. Tendo em conta que vários estudos mostram que o idoso carece de companhia e de momentos de conversação, teremos que fazer um esforço redobrado para não permitir que o entrevistado fuja ao assunto questionado, divagando sobre outros assuntos desnecessários para o estudo em causa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No desenrolar de qualquer investigação muitos são os obstáculos teórico-metodológicos que nos surgem pelo caminho. Neste artigo, consideramos que seria importante clarificar e explorar algumas das dificuldades com que nos confrontamos ao longo da nossa tese de doutoramento em curso, intitulada “*A utilização da Internet pelos idosos: Usos e Gratificações*”, pois pensamos que poderá ser útil para outros investigadores que utilizem o mesmo tipo de metodologia, as mesmas técnicas de recolha de dados, e/ou o mesmo público-alvo, conhecer alguns cuidados a ter, evitando assim o confronto com alguns obstáculos investigativos.

Assim, após explorarmos as especificidades do grupo social, objeto de estudo da presente tese - os idosos -, e após desenvolvermos os pressupostos em que assentam tanto as teorias da comunicação (*usos e gratificações*) como as metodologias (*mixed methods research*) e as técnicas de recolha de dados escolhidas (inquérito por questionário em papel/*online* e entrevistas semiestruturadas), apresentamos um conjunto de cuidados a considerar para investigação: por parte do investigador ao longo da investigação; na construção e aplicação do inquérito (*online*) e das entrevistas; e com o grupo-alvo: os idosos.

Podemos concluir que para evitar alguns obstáculos investigativos, o fundamental será ter sempre em consideração as características específicas do grupo-alvo, bem como das opções teórico-metodológicas. No entanto, importa salientar que, qualquer que seja a realidade estudada e os cuidados tidos durante uma investigação, os resultados nunca serão completamente “reais”, pois existirá sempre um conjunto de ideias apreendidas que são meras aproximações à realidade estudada. No entanto, damos como certo que qualquer investigação que utilize um sistema rigoroso de métodos, com técnicas adequadas aos objetivos da pesquisa, contribuirá com resultados que ajudem a explicar o fenómeno social em estudo. No caso do

estudo em causa, os usos e as gratificações na utilização da internet pelos idosos, consideramos que se trata de uma área a ser melhor explorada e que trará dados fulcrais para a comunidade científica e para os estudos sobre os seniores.

FINANCIAMENTO:

Investigação com o apoio da FCT (Fundação para a Ciência e a Tecnologia) e co-financiada pelo Fundo Social Europeu e pelo POPH (Programa Operacional Potencial Humano).



REFERÊNCIAS

- Cardoso, G. & Espanha, R. (2012) *Sociedade em Rede. A Internet em Portugal 2012*, Lisboa: Publicações Obercom.
- Dias, I. (2012) 'O Uso das Tecnologias Digitais entre os Seniores. Motivações e Interesses', *Sociologia, Problemas e Práticas*, 68, 51-77.
- Dickenson, A. & Hill, R. L. (2007) 'Keeping in Touch: Talking to Older People about Computers and Communication', *Journal Educational Gerontology*, 33(8), 613-630.
- Ghiglione, R. & Matalon, B. (1993) *O Inquérito. Teoria Prática*, Oeiras: Celta Editora.
- Haguet, T. M. F. (2000) *Metodologias Qualitativas na Sociologia*, Rio de Janeiro: Editora Vozes.
- Instituto Nacional de Estatística, I.P. (2012a) 'Destaque: População Cresce 2% na Última Década Graças ao Saldo Migratório', Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, I.P. [Disponível em: http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=107624784&DESTAQUESTema=55466&DESTAQUESmodo=2 acedido em 24/02/2013].
- Instituto Nacional de Estatística, I.P. (2012b) 'Censos 2011. Resultados Definitivos – Portugal', Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, I.P. [Disponível em http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=73212469&PUBLICACOEsmodo=2, acedido em 24/02/2013].
- Johnson, R. B.; Onwuegbuzie, A. J., & Turner, L. A. (2007) 'Toward a Definition of Mixed Methods Research', *Journal of Mixed Methods Research*, 1(2), 112-133.
- Jornal Público (2009) 'Entrevista a Manuel Villaverde Cabral', edição do dia 19 de novembro de 2009, pp.4-5.
- Katz, E.; Blumler, J.G. & Gurevitch, M. (1973) 'Uses and Gratifications Research', *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), pp.509–523.
- Lara, S. M. A. (2012), 'Mecanismos de Apoio para Usabilidade e Acessibilidade na Interação de Adultos Mais Velhos na Web', Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Ciências de Computação e Matemática Computacional, Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação, São Paulo: Universidade de São Paulo. [Disponível em <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/55/55134/tde-14022013-163940/pt-br.php> acedido a 30/06/2013]

- Lessard-Hébert, M.; Goyette, G. & Boutin, G. (1994), *Investigação Qualitativa: Fundamentos e Práticas*, Lisboa: Instituto Piaget.
- Levet, M. (1998) *Viver Depois dos 60 Anos*, Lisboa: Instituto Piaget.
- Machado, L. R. & Souza, V. B. A. (2006) 'Um Estudo Sobre o Uso da Internet por Idosos', *Conferência IADIS Ibero-Americana WWW/Internet 2006*, 401-404.
- Martinez-Pecino, R., Cabecinhas, R. & Loscertales Abril, F. (2011) 'University Senior Students on the Web', *Comunicar*, 19(37), 89-95.
- Martins, H. H. T. S. (2004) 'Metodologia Qualitativa de Pesquisa', *Educação e Pesquisa*, 30 (2), 289-300.
- McQuail, D. (2003) *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Meyer, B.; Sit, R. A.; Spaulding, V. A.; Mead, S. E. & Walker, N. (1997) 'Age Group Differences in World Wide Web Navigation', *CHI'97 - Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems: Looking to the Future*, New York: ACM, 1, 295-296.
- Pasqualotti, P. R.; Pérez, C. C. C.; Bez, M. R. & Klein, C. (2007) 'Inclusão Digital para Terceira Idade: Oportunidades, Possibilidades e Propostas Inovadoras', *Technology*, 1-11.
- Paúl, C. & Fonseca, A. M. (2001) *Psicossologia da Saúde*, Lisboa: Climepsi Editores.
- Pinto, M. (2000) *A Televisão no Quotidiano das Crianças*, Porto: Edições Afrontamento.
- Pité, J. (1997) *Dicionário Breve de Sociologia*, Lisboa, Editorial Presença.
- Polistchuk, I. & Trinta, A. R. (2003) *Teorias da Comunicação. O Pensamento e a Prática da Comunicação Social*, Rio de Janeiro: Elsevier Ltd.
- Silva, S. (2002) 'Entrevista', R. Maia (Ed.), *Dicionário de Sociologia: Dicionários Temáticos* (125-126.), Porto: Porto Editora.
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (2003) 'Issues and Dilemmas in Teaching Research Methods Courses in Social and Behavioral Sciences: a US Perspective', *International Journal of Social Research Methodology*, 6, 61-77.
- Verona, S. M.; Cunha, C.; Pimenta, G. C. & Buriti, M. de A. (2006) 'Percepção do Idoso em Relação à Internet', *Temas em Psicologia*, 14(2), 189-197.
- Vicente, P.; Reis, E. & Ferrão, F. (2001) *Sondagens. A Amostragem como Factor Decisivo de Qualidade*, Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Wolf, M. (2006) *Teorias da Comunicação*, Queluz de Baixo: Editorial Presença.